

УДК 338

Лібусь Т. – ст. гр. БМс - 41

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ВАЖЛИВІСТЬ УПАКОВКИ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Науковий керівник: к.е.н., Зяйлик М. Ф.

Libus T.

Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University

IMPORTANCE OF PACKAGING IN MARKETING ACTIVITIES

Supervisor: Zyaylyk M.F.

Ключові слова: маркетинг, упаковка

Keywords: marketing, packaging

На сьогоднішній день коли ринок перенасичений, однією зі складових успіху стає ефективне просування товару, що включає грамотний вибір упаковки. Адже, основне її завдання полягає в приверненні уваги до товару і наданні інформації про нього. Це стимулює купівлю товару, а також виділяє його серед багатьох аналогічних товарним знаком, тестом, формою, кольоровим оформленням. Упаковка, таким чином, набула значення рекламного засобу, розрахованого на широке коло споживачів та довгостроковий вплив. Диференціація упаковки дає можливість залучити нові сегменти споживачів відповідно рівням доходів, віку, стилю життя, іншим параметрам.

Для власників торгових марок розвиток упаковки як інструмента просування бренду стає все більше затребуваним і рентабельним. За оцінками виробників тільки зміна упаковки призводить до росту продажів на 5-30%. Тому вкладення в упаковку миттєво повертаються за рахунок росту продажів і, як наслідок, збільшення прибутку.

Найбільш вагомою характеристикою для споживачів, за думкою експертів, є надійність упаковки, через те що ця характеристика забезпечує належне зберігання товарів. Друге місце займає – розмір та екологічність упаковки. Також відомо, що обираючи ту чи іншу упаковку споживачі роблять акцент на унікальності та помітності, важливою характеристикою є зручність упаковки. Велику увагу слід приділити дизайну упаковки, як засобу формування іміджу фірми. Спрощена упаковка асоціюється з продукцією низької якості. Треба зважати і на колір упаковки з урахуванням його психологічного ефекту.

При непередбаченому підході до елементів упаковки відбувається зниження як потенційного, так і реального попиту, і як наслідок, рівня прибутку, втрата конкурентних позицій на перспективних споживчих і товарних ринках, спостерігається зниження економічної стійкості підприємства.

Основними напрямками розвитку вітчизняного ринку упакування є вдосконалення дизайну, оптимізація форми упаковки й впровадження нових матеріалів для її виробництва. Все це дозволяє зробити транспортування, зберігання й реалізацію товару більш ефективними.

Ось чому, упаковка має дуже важливе значення у збільшенні обсягів продажу товарів. Адже, вона сприяє популяризації нових товарів, вихованню естетичних смаків людей та являється важливим елементом декоративного оформлення торгового залу магазину та його вітрин.